

## **PRESSEMITTEILUNG**

Die Interessentenbefragung von BPD in Kooperation mit Simon-Kucher zeigt, was Menschen beim Immobilienkauf in der Krise bewegt.

- 61 Prozent der Befragten besitzen bereits eine Immobilie, 73 Prozent wollen die Immobilie zur Eigennutzung
- 51 Prozent verfügen durch die Krise über ein kleineres Budget
- 71 Prozent haben eine größere Zahlungsbereitschaft für ein Effizienzhaus 40
- Nur 20 Prozent der Befragten würden Abstriche in ihrem Lebensstil in Kauf nehmen

### **Zweitkäufer werden zur wichtigsten Zielgruppe**

Frankfurt/Köln, im September 2024 – Eine neue Dynamik prägt den Immobilienmarkt: Zweitkäufer überwiegen gegenüber Erstkäufern – was bedeutet das genau? Mit 61 Prozent wohnt die Mehrheit der über 1.300 befragten Kaufinteressenten der Studie\* „Was Immobilienkäufer in der Krise bewegt?“ bereits in einer selbstgenutzten Immobilie. Durchgeführt wurde die Befragung von dem Projekt- und Gebietsentwickler BPD (Bouwfonds Immobilienentwicklung) in Zusammenarbeit mit der globalen Strategieberatung Simon-Kucher. 73 Prozent der Kaufinteressenten suchen eine Immobilie zur Eigennutzung. Das Interesse richtet sich also nicht so sehr auf den Wechsel von Miete zu Eigentum, sondern eher auf den Tausch von Eigentum. Hingegen sucht nur jeder Fünfte eine Immobilie als Kapitalanlage.

„Diese Entwicklung signalisiert eine deutliche Verschiebung der Nachfrage von Erstkäufern hin zu Zweitkäufern. Projektentwicklung und Stadtplanung müssen sich daher stärker mit den Bedürfnissen dieser Zielgruppe auseinandersetzen. Sie tauschen in der Regel ihre selbstgenutzte Immobilie gegen eine kleinere und hochwertigere Immobilie – und ziehen so eine familiengerechte Bestandsimmobilie frei. Im Fokus stehen ein vielfältiger Wohnungsmix und die Berücksichtigung von Preisschwellen, um die Attraktivität der Immobilien zu gewährleisten“, erklärt Michael Multinu, Leiter E-Business und Vertrieb bei BPD. „Der hohe Anteil an Eigentümern unterstreicht zudem die derzeit schwierige Finanzierungssituation für Ersterwerber.“

### **Immobilienmarkt unter Druck: Finanzielle Belastungen trüben Stimmung**

Auch die Immobilienbranche bleibt von den Auswirkungen der Krise nicht verschont. Ganze 65 Prozent der potentiellen Immobilienkäufer sehen die allgemeine Tendenz des deutschen Immobilienmarktes eher negativ. Die Gründe dafür sind vor allem finanzieller Natur. So nannten jeweils 73 Prozent der Befragten, die seit mehr als einem Jahr auf Immobiliensuche sind, die gestiegenen Finanzierungskosten und Zinsen als Gründe für die negative Entwicklung. Aber auch das generelle Marktumfeld (51 Prozent) spielt eine Rolle. Und die Auswirkungen sind deutlich: Mehr als die Hälfte der Befragten hat aufgrund der Krise ein deutlich geringeres Budget zur Verfügung.

### **Prognose = positiv?**

Mit knapp 80 Prozent sind die Kaufinteressenten zuversichtlich, sich die geplante Immobilie leisten zu können. Allerdings glauben nur 32 Prozent, diese in den nächsten 12 Monaten zu finden. Für den Kauf einer Immobilie sind die meisten bereit, Abstriche hinsichtlich Wohnfläche oder Ausstattung zu machen – nicht jedoch beim Lebensstil.

### **Nachhaltigkeit im Trend**

Die Ergebnisse zeigen, dass Nachhaltigkeit bei der Immobiliensuche eine Rolle spielt. So sind 71 Prozent der Teilnehmer bereit, für ein Effizienzhaus 40 mehr zu bezahlen. 57 Prozent sind zudem an einer integrierten Photovoltaikanlage interessiert.

### **Kaufen statt mieten**

81 Prozent der Befragten planen, innerhalb der nächsten drei Jahre eine Immobilie zu erwerben. Dabei spielt es für 77 Prozent keine Rolle, ob es sich um einen Neubau oder eine Bestandsimmobilie handelt. Nur 22 Prozent suchen gezielt nach einem Neubau. Auch private Kapitalanleger sind häufig Zweitkäufer: Zuerst erwerben sie Wohneigentum zur Eigennutzung und investieren anschließend in Mietwohnungen. Da der Druck auf den Wohnungsmarkt immer mehr steigt, rechnen 47 Prozent der Befragten mit einer jährlichen Mietsteigerung von mindestens 5 Prozent. Die Erwartung stark steigender Mieten macht die Kaufentscheidung für viele Interessenten attraktiver.

### **Wie können Immobilienentwickler jetzt reagieren?**

„Nach wie vor gibt es ein kaufkräftiges Nachfragesegment für Wohnimmobilien. Dabei handelt es sich jedoch nicht mehr in erster Linie um Erstkäufer, sondern um Zweitkäufer. Immobilienentwickler und Makler müssen daher ihre Strategien auf diese ältere Zielgruppe aus kleineren Haushalten ausrichten“, erklärt Sven Wengler, Senior Director in der Real Estate Practice bei Simon-Kucher. „Dies beginnt bei der Objektplanung, Entwicklung und Gestaltung bis hin zur Vermarktungsstrategie und Kommunikation. Vor allem kurz- und mittelfristig gilt es, die werttreibenden Eigenschaften und die entsprechende Zahlungsbereitschaft der relevanten Zielgruppe zu berücksichtigen.“

*\*Über die Studie: Die Befragung, was Immobilienkäufer in der Krise bewegt, wurde im April/Mai 2024 von BPD und Simon-Kucher durchgeführt. Über 1.300 Teilnehmer gaben Auskunft zu den Präferenzen und ihrer Zahlungsbereitschaft bezüglich ihrer Wunschimmobilie.*

### **Über BPD:**

BPD, Bouwfonds Immobilienentwicklung, ist einer der größten Projekt- und Gebietsentwickler in Europa. Das Unternehmen ist in Deutschland mit seinen sechs Regionen und 14 Bürostandorten vertreten. Seit Gründung im Jahr 1946 hat BPD den Bau von über 384.000 Wohnungen realisiert. Heute leben mehr als eine Million Menschen in Wohngebieten, die BPD entwickelt hat. BPD ist Marktführer in den Niederlanden, zählt in Deutschland zu den führenden Projektentwicklern und ist ein Unternehmen der Rabobank. Weitere Informationen sind unter [www.bpd.de](http://www.bpd.de) abrufbar.

### **Informationen zu BPD:**

BPD Immobilienentwicklung GmbH  
Katharina Schüttler | Leiterin Unternehmenskommunikation  
Solmsstraße 18  
60486 Frankfurt am Main  
Tel.: +49 (0)69 50 95 79 2975  
E-Mail: [k.schuettler@bpd.de](mailto:k.schuettler@bpd.de)

### **Über Simon-Kucher**

Simon-Kucher ist eine globale Unternehmensberatung mit über 2.000 Mitarbeitenden in 30 Ländern. Unser Fokus: „Unlocking Better Growth“. Wir helfen unseren Kunden, „besser“ zu wachsen, indem wir jeden Aspekt ihrer Unternehmensstrategie optimieren, von Produkten und Preisen bis hin zu Innovation, Digitalisierung, Marketing und Vertrieb. Mit rund 40 Jahren Erfahrung in Monetarisierung und Pricing gelten wir als weltweit führend in den Bereichen Preisberatung und Unternehmenswachstum.

Roxana Müller (Communications & Marketing Manager)

Tel: +49 160 92180752

E-Mail: [roxana.mueller@simon-kucher.com](mailto:roxana.mueller@simon-kucher.com)  
[simon-kucher.com](http://simon-kucher.com)